

# *портрет... незнакомца*

*социальная группа предпринимателей:  
особенности внутригруппового расщепления  
(на материалах Приморского края)*

*Переход к рыночным формам экономических отношений привел к реорганизации социальной структуры российского общества. Новый структурный элемент – предпринимательство - с начала своего формирования стал позиционироваться как восходящий социальный слой, занимающий сравнительно высокие ступени в социальной иерархии по параметрам дохода, власти, престижа. Но особенностью российского предпринимательства стало то, что оно оказалось в значительной степени дифференцированным по масштабам своего владения, экономического и символического ресурсов, что наиболее ярко проявилось, например, на таких экономически активных территориях, как Приморский край.*

**Р**азвитие рыночных отношений в Приморском крае было обусловлено трансграничной спецификой региона с высоким уровнем транзитных потоков товаров, услуг, населения. В этих условиях отличительной особенностью приморского предпринимательства стала его ориентация на внешний рынок и высокая доля «теневого» сектора, которая сегодня, по разным оценкам, составляет от 30 до 50% реального краевого экономического оборота.

На 1 января 2006 г. на территории Приморского края было зарегистрировано 39000 субъектов предпринимательской деятельности, из которых 17860 – малые предприятия, остальные относятся к категории средних.<sup>1</sup>

Развитие предпринимательства в различных городах и районах Приморья проходило не-

**Шестаков О.И.**

*канд. истор. наук,  
доцент  
заведующая Центром  
социологических  
исследований,  
доцент кафедры  
Всеобщей истории,  
политологии и  
социологии  
Владивостокского  
государственного  
университета  
экономики и сервиса  
(ВГУЭС),  
заведующая кафедрой  
гуманитарных  
дисциплин Филиала  
ВГУЭС в г. Находка*

**развитие предпринимательства  
в различных  
городах и районах  
Приморья  
проходило  
неравномерно**

равномерно. К 2006 г. эта диспропорция выглядела следующим образом: во Владивостоке работали 55% малых и средних предприятий, в Уссурийске – 8,8%, в Находке – 7,4%.<sup>2</sup>

Это было обусловлено наличием в крупных городах, и, прежде всего, во Владивостоке, развитой рыночной инфраструктуры и более объемного потребительского рынка. Количество крупных предприятий в Приморье незначительно – не более 20.

В процессе развития у приморских предпринимателей сложилась своя внутригрупповая иерархическая структура. Самый тонкий, верхний слой представлен немногочисленными генеральными директорами и председателями советов директоров крупных производственно-промышленных компаний. Эти люди являются официальными членами «Клуба крупнейших налогоплательщиков и влиятельных граждан Приморья», образованного в 2003 г., в который входят руководители 100 крупнейших предприятий.

Этот слой представлен мужчинами в возрасте 32-53 лет, с преобладанием младшего возрастного состава. Практически все они имеют высшее образование, а некоторые – ученые степени, и проживают в административной столице края г. Владивостоке. Статусное положение этих людей может быть охарактеризовано как высокое по параметрам престижа, власти, дохода. Большинство из них депутаты Законодательного собрания Приморского края и представительных органов власти отдельных муниципальных образований (в основном городских округов). Их уровень дохода неизмерим по своему масштабу, однако, имея в реальном распоряжении значительные финансовые и иные материальные ресурсы, они не имеют зарегистрированной за собой собственности. Все их личные материальные активы (городские квартиры, загородные дома, машины, яхты) записаны на родственников, или, в отдельных случаях – подставных лиц, а некоторые имеют официальную заработную плату в пределах 30-40 тыс. руб. в год.

Такие казусы часто отмечаются в период выборов в различные органы власти, когда кандида-

ты официально объявляют о своем имуществе. Однако именно эти люди занимают высшие позиции в группе предпринимателей и в структуре приморского социума. Не являясь формально предпринимателями, к этому слою примыкают руководители крупных государственных организаций федерального, регионального и краевого масштаба и ректора крупнейших приморских вузов.

Стратегия деятельности представителей верхнего слоя, в основном – редистрибуция, т.е. перераспределение государственной и частной собственности в свою пользу, а также не всегда правовые действия, направленные на сохранение, закрепление и улучшение своих статусных позиций. Они имеют разветвленные социальные связи и фактическую близость к федеральной и муниципальной собственности; их отличает независимость от чужих мнений, пренебрежение к законам, потребительская ориентация по отношению к материальным и человеческим ресурсам, стремление к получению прибыли, иногда в ущерб интересам своих предприятий.

Второй слой предпринимательской группы представлен руководителями средних по числу занятых, крепких, развивающихся и осваивающих рынки смежных регионов предприятий, с вполне определенными перспективами: постепенным ростом продаж, обрастанием собственной сетью клиентов, увеличением численности сотрудников, занятием своей ниши в производстве и предложении востребованных товаров или услуг. Эти предприятия также входят в состав основных налогоплательщиков Приморья, и имеют большие прибыли. В количественном составе этот слой значительно превышает предыдущего.

Социально-демографические характеристики предпринимателей данного слоя достаточно однородны: мужчины, возрастной уровень 30-40 лет; проживающие в крупных городах Приморского края – во Владивостоке, Уссурийске, Находке. Их статусные позиции можно оценить как высокие по уровню доходов (который не намного ниже уровня доходов верхнего

**бюджетирование,  
ориентированное  
на результат,  
предполагает  
отказ от  
постатейного  
определения  
расходов**

слоя), уровню образования (в основном высшее, чаще всего инженерного профиля), объему властных полномочий (многие, как и в верхнем слое, также имеют статус депутатов представительных органов различных уровней). Объем имеющихся в распоряжении этих предпринимателей материальных благ личного характера тот же, что и в предыдущем слое, но более прозрачен – это многокомнатные квартиры (не менее 180 кв. м) в престижных домах и районах гг. Владивосток, Уссурийск, Находка; коттеджи в экологически чистых зонах (на островах или на побережье), дорогие автомобили (в основном новые леворульные Toyota Land Cruiser и Toyota Land Cruiser Prado). Это профессионалы-управленцы, ориентированные на развитие: на рост объемов производства, на внедрение новых технологий. Их предприятия оснащены новейшим оборудованием, используется система менеджмента качества в управлении. Для предпринимателей данного типа характерны функциональное экономическое поведение, рациональное мышление, ценности индивидуальной свободы и независимости. Стремление к благополучию, которого они в основном достигли, соединяется со стремлением к профессиональному развитию и самореализации. Большое значение имеют семейные ценности – у многих полные стабильные семьи, с двумя и более детьми.

За вторым идет широкий слой владельцев малых предприятий и фирм, специализирующихся на торгово-посреднической деятельности, техническом и бытовом обслуживании. Наиболее распространенной организационной формой таких предприятий выступает ПБОЮЛ – 60,2%, затем следуют ООО – 24,1% и ЗАО – 4,8%.<sup>3</sup> Среди них небольшие магазинчики, пекарни, ресторанчики, парикмахерские, туристические бюро, автосервисные мастерские благополучие которых зависит от многих факторов: цен на сырье и оборудование, наличия или отсутствия аналогичных фирм-конкурентов поблизости, благосклонности местной администрации и представителей много-

***стремление к благополучию, которого профессионалы-управленцы в основном достигли, соединяется со стремлением к профессиональному развитию и самореализации***

численных проверяющих органов, от криминальных структур.

Самый нижний слой приморских предпринимателей – так называемые «самозанятые». Это небольшие семейные предприятия (муж и жена, отец и сыновья), оказывающие мелкие бытовые и ремонтные услуги; люди, занятые эксплуатацией личных транспортных средств; уличные торговцы; портнихи-надомницы; работающие в одиночку строители и т.д. Некоторые из них имеют статус ПБОЮЛ и платят налоги, а по случаю - используют и наемный труд. Большинство же находится в теневой экономике.

Таким образом, внутригрупповое расслоение приморских предпринимателей значительно. В тоже время, мы не можем сказать, что они образуют единую страту в социальной структуре. Поскольку, будучи группой, объединенной по виду деятельности, по своим социально-статусным характеристикам они входят в различные страты нового российского социума. Прежде всего, по уровню жизни.

**самый нижний слой  
приморских  
предпринимателей  
– так называемые  
«самозанятые»**

<sup>1</sup> Показатели деятельности субъектов малого предпринимательства Приморского края за 2005 г. [электрон. ресурс] // Доступно из URL:

<sup>2</sup> Аналитическая записка заведующего отделом поддержки предпринимательства Комитета экономического развития администрации Приморского края полномочному представителю Президента Российской Федерации в ДВФО К. Исхакову о поддержке развития малого предпринимательства в Приморском крае за 2005 г. (Неопубликовано. Для служебного пользования). – С. 5.

<sup>3</sup> Приводимые здесь и далее данные представлены по материалам опроса предпринимателей, проведенного Центром социологических исследований Владивостокского государственного университета экономики и сервиса на Конференции по итогам 1-го Съезда предпринимателей Приморского края, проходившей в г. Владивостоке 17 ноября 2005 г., а также серии интервью, собранных в период с марта по октябрь 2006 г.